

BAB V

PENUTUP

Pada bab ini, peneliti membuat suatu kesimpulan dan saran berkaitan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan. Selanjutnya peneliti juga menjelaskan implikasi manajerial terkait dengan hasil dari penelitian ini. Pada bab ini juga peneliti menyampaikan keterbatasan penelitian ini dan saran bagi penelitian selanjutnya.

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa:

1. *Employer branding* berpengaruh positif terhadap keinginan untuk tinggal di PT Purinusa Ekapersada.
2. Kepuasan kerja berpengaruh positif terhadap keinginan untuk tinggal di PT Purinusa Ekapersada.
3. Kepuasan kerja merupakan variabel pemediasi pada pengaruh *employer branding* terhadap keinginan untuk tinggal di PT Purinusa Ekapersada.

B. Implikasi Manajerial

Pada penelitian ini membuktikan bahwa kepuasan kerja berfungsi sebagai pemediasi dalam pengaruh *employer branding* terhadap keinginan untuk tinggal. Dengan demikian PT Purinusa Ekapersada dapat menggunakan *employer branding* dan kepuasan kerja sebagai kekuatan untuk mempertahankan karyawannya agar tetap bekerja dalam perusahaan. Pada penelitian Rathe dan Ritu (2015) *employer Branding* merupakan variabel dari satu-kesatuan dimensi yakni nilai ekonomi, sosial, pengembangan dan reputasi. Maka dari itu, yang perlu ditingkatkan dalam kepuasan kerja secara fundamental adalah memperbaiki maupun mempertahankan *employer branding* pada berbagai dimensi yang telah dibangun oleh perusahaan. Sehingga secara langsung juga akan mempertahankan karyawan karena kepuasan kerja yang mereka rasakan meningkat berdasarkan *branding* yang diimplementasikan oleh PT Purinusa Ekapersada.

Terdapat sepuluh macam bentuk kepuasan kerja yang dapat ditingkatkan untuk mempengaruhi keinginan untuk tinggal karyawan pada PT Purinusa Ekapersada. Diantaranya adalah mendapatkan apresiasi terhadap penghargaan yang diterima, merasa dekat dengan orang-orang di tempat kerja, merasa senang bekerja di perusahaan saat ini, manajemen yang peduli, pekerjaan yang baik untuk kesehatan fisik karyawan, gaji yang mencukupi, bakat dan keterampilan karyawan yang dapat berguna, akrab dengan atasan, dan merasa senang dengan pekerjaannya saat ini.

Dalam meningkatkan kepuasan kerja terhadap manajemen yang peduli, akrab dengan atasan, dan mendapatkan apresiasi terhadap penghargaan yang telah dilakukan oleh karyawan, maka dari itu *employer branding* yang perlu diperbaiki adalah bagaimana perusahaan mampu memberikan penghormatan dan penghargaan pada karyawan satu sama lain serta bagaimana perusahaan memberikan peluang yang sama. Dalam meningkatkan kepuasan kerja terhadap gaji yang cukup bagi karyawan, maka dari itu perusahaan harus memperbaiki *employer branding* pada imbalan yang adil dan tepat waktu, tunjangan pensiun, dan paket kompensasi yang ditawarkan.

Dalam meningkatkan kepuasan kerja terhadap rasa aman dengan pekerjaan, maka *employer branding* yang perlu diperbaiki adalah pekerjaan yang aman bagi karyawan. Dalam meningkatkan kepuasan kerja terhadap pekerjaan yang baik untuk kesehatan fisik, maka *employer branding* yang perlu diperbaiki adalah praktik kerja sumber daya manusia yang baru, ketersediaan fasilitas dan lingkungan yang ramah, dan kemudahan dalam bekerja.

Dalam meningkatkan kepuasan kerja terhadap hubungan dekat dengan teman-teman kerja, maka dari itu *employer branding* yang harus dipertahankan adalah pertemuan sosial yang rutin, ketersediaan fasilitas dan lingkungan yang ramah, dan bantuan yang tepat waktu ketika karyawan menghadapi masalah. Dalam meningkatkan kepuasan kerja karyawan terhadap rasa senang karena bekerja di perusahaan saat ini, maka *employer branding* yang perlu dipertahankan adalah status sosial pada perusahaan, rasa bangga ketika teman

maupun kerabat memuji karena bekerja di perusahaan saat ini, dan citra perusahaan yang memberikan keunggulan.

Dalam meningkatkan kepuasan kerja terhadap rasa senang karyawan karena bakat dan keterampilannya berguna bagi pekerjaannya, maka *employer branding* yang perlu dipertahankan adalah rasa dalam menikmati kekuasaan dan tanggung jawab dalam bekerja, pengamatan berdasarkan penilaian kinerja secara berkala, dan pemberian peluang yang sama untuk perkembangan karyawan. PT Purinusa Ekapersada perlu melakukan pendekatan yang mampu diterapkan untuk efektivitas perusahaan dalam memberikan beberapa keunggulan dalam situasi kompetitif perusahaan. Seperti halnya kompensasi yang ditawarkan, dalam hal ini mampu membantu mempertahankan karyawan yang berpredikat baik dan dapat menjadi lebih fleksibel ketika ekonomi meningkat atau menurun. Sistem tersebut mengkalkulasi nilai yang diberikan oleh setiap pekerjaan untuk perusahaan berdasarkan pada evaluasi pekerjaan. Kemudian, nilai tersebut digunakan untuk menentukan tingkatan kompensasi yang mencerminkan kemajuan seorang karyawan ketika tumbuh dan menjadi lebih baik dalam pekerjaan tersebut.

PT Purinusa Ekapersada perlu mengembangkan hubungan yang baik antar karyawan maupun atasan dengan bawahan. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara mengadakan kegiatan yang melibatkan seluruh karyawan. Karyawan akan peduli terhadap masalah tersebut, dengan begitu mereka dapat memprediksi hasil di masa yang akan datang. PT. Purinusa Ekapersada memberikan peluang yang sama untuk perkembangan mereka menjadi salah

satu *branding* yang baik, perusahaan mampu memberikan kesempatan dalam hal ini tidak hanya merujuk pada kesempatan *training* dan edukasi, tetapi juga kesempatan dalam jenjang karir agar tercipta hubungan *mutual* di akhir pencapaiannya baik bagi karyawan maupun perusahaan.

Pada umumnya sangat penting bagi PT Purinusa Ekapersada untuk mempertahankan karyawannya dengan menerapkan *employer branding* yang terkait dengan relevansi. Dengan menerapkan *employer branding*, PT Purinusa Ekapersada dapat membangun suatu *brand* jika relevan dengan generasi saat ini. Relevansi inilah yang mampu dibawa PT Purinusa Ekapersada untuk kedepannya mempertahankan karyawan berkualitas dan dapat digunakan untuk kebutuhan internal.

C. Keterbatasan Penelitian

Setiap penelitian tidak terlepas dari keterbatasan dan kekurangan, demikian pula dengan penelitian ini. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai media pengumpulan data, dimana pendekatan ini memiliki kelemahan dan keterbatasan, seperti terjadinya bias perseptual dan peneliti tidak dapat mengendalikan jawaban dari masing-masing jawaban responden. Lokasi penelitian yang cukup jauh dan tidak bisa ditunggu hasilnya pada waktu tertentu, maka pendistribusian kuesioner dibantu oleh HRD perusahaan. Selain itu, penelitian ini hanya dilakukan pada salah satu perusahaan dari tiga anak Sinar Mas group dengan fasilitas pabrik yang sama. Ketiga perusahaan tersebut

berada di Bandung, Bawen dan Demak. Penelitian ini hanya dilakukan pada lokasi perusahaan yang berada di Bawen, sehingga tidak dapat menggambarkan hasil dari perusahaan lainnya.

D. Penelitian Selanjutnya

Saran bagi penelitian selanjutnya yakni, jumlah sampel bisa diperbanyak dengan menggunakan obyek perusahaan yang sama namun di lain lokasi yakni PT Purinusa Ekapersada yang berada di Bandung dan Demak, sehingga hasil penelitian dapat digeneralisir. Penelitian diusahakan dapat dikembangkan menjadi penelitian kualitatif, untuk mendapatkan hasil secara mendalam terhadap alasan-alasan karyawan tetap bekerja di PT. Purinusa Ekapersada. Sehingga peneliti mampu mengendalikan jawaban dari masing-masing jawaban responden.

Daftar Pustaka

- Abanury, N. A. dan Alshetri, I. K. (2015). *TQM Practices in Saudi Arabia: Antecedents and Consequences of Organizational Commitment among R&D Center Employees*. International Research Unit, King Abdulaziz City for Science and Technology. Volume 18, number 2, pp. 463-479.
- Al Badawy, Tarek A, Fahmy, Vivian M and Magdy, Mariam M. (2015). *Can Employer Branding Surge the Retention and Motivation of Egyptian Employees*. German University in Cairo. CF Vol 13 (2).
- Amrstrong, M. (2008). *Strategic Human Resource Management A Guide To Action, 4th Edition*. London: Kogan Page.
- Anderson, L. E. (2015). *Relationship Beetwen Leadership, Organizational Commitment, and Intent to Stay Amon Junior Executives*. Unpublished Doctoral Dissertasion, walden University.
- Arum. (2013). *Peran Employer Brand dalam Bisnis*. Diakses dari: <http://blj.co.id/2013/02/23/peran-employer-brand-dalam-bisnis/>
- Babcanova, D. Babcan, M. dan Odlerova, E. (2010). *Employer Branding: Source of Competitiveness of The Industrial Plants*.
- Badriyah, Mila. (2015). *Manajemen Sumber daya Manusia*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Bang, Hyejin. (2013). *Volunteer Age, Job Satisfaction, and Intention to Stay. Leadership and Organization Development*. Journal, Vol. 36 Iss 2 pp. 161.
- Barrow, S. and Mosley, R. (2009). *The Employer Brand: Bringing the Best of Brand Management to People at Work*. England: John Wiley & Sons.
- Bendaraviciene, R. dan Bakanauskiene, I. (2012). *Determinant of different groups employee's job satisfication: Lithuania's University Case*. Human Resources Management & Ergonomics Volume VI
- Binar, Rika. (2016). *Tujuan Employer Branding*. Diakses dari: <http://binakarir.com/tujuan-employer-branding/>
- Cascio, W. F. (2013). *Managing Human Resource: Productivity, Quality of Work Life, Profit*. Newyork: McGraw-Hill Inc.
- Chaisuriyathavikun, M. dan Punnakitishem, P. (2015). *A Study of Organizational Comitmen and Intention to Stay in Gold Retailer Business*. International Journal of Management and Applied Science, Vol.1 Issue 2.

- Corporate Leadership Council. (2009). *Driving Performance and retention through employee engagement: A Quantitative Analysis of Effective engagement Strategies*. Diakses dari: <https://www.usc.edu>
- Dharma, I.G dan Putra, M.S. (2013). *Pengaruh Kepemimpinan dan Kompensasi Terhadap Semangat Kerja Karyawan dan Kinerja Karyawan pada PT United Indobali Denpasar*. Jurnal Manajemen, h:1-16.
- Estis, R. (2008). *Employer Branding: Attracting and Retaining Generation Next*, 60th. Annual Conference and Exposition, Chicago IL
- Federasi Pengemasan Indonesia. (2010). Diakses dari: <https://revision.packindo.org/oldversion/index.html>
- Figurska, I. dan Matuska, E. (2013). *Employer Branding As A Human Resources Management Strategy*. *Human Resources Management and ergonomics*, Vol. VII No. 2, diakses dari: https://frcatel.fri.uniza.sk/hrme/files/2013/2013_2_03.pdf
- Gaddam, S. (2008). *Modeling Employer Branding Communication: The Softer Aspect of HR Marketing Management*. ICFAI Journal of soft skills, vol 2 no 1.
- Ghosh, P., Satyawadi, R., Joshi, J. P & Shadman, M. (2013). *Who Stays With You? Factors Predicting Employees Intention to Stay*. International Journal of Organizational Analysis, 21 (3), 288-312.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Handaru, W dan Muna, N. (2012). *Pengaruh Kepuasan gaji dan komitmen organisasi terhadap intensi turnover*. Jurnal riset manajemen sains Indonesia (JRMSI), Vol 3, p.4.
- Hanin, D & Delobbe, N. (2013). *The Impact of Employer Branding on Employees: The Role of Employment Offering in the Prediction of Their Affective Commitment*. Psychologica Belgica, 53/ 4, 57-83.
- Ilesanmi, O. A. (2014). *The Relevance of Employer Branding in Attracting and Retaining Employees in Nigeria Brewery Industry*. Liverpool: John Moores University.
- Indu, M. (2016). *Exploring the Relationship Between Employer Branding and Employee Retention*. International Journal of Advanced Engineering, Managemen and Science. Vol-2, Issue-12.

- Johari, J, Yean, T.F., Adnan, Z, Yahya, K.K & Ahmad, M. N. (2012). *Promoting Employee Intention to Stay: Do Human Resource Management Practices Matter?*. Int Journal of Economics and Management, 6 (2), 396-416
- Kaswan. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Keunggulan Bersaing Organisasi*. Jakarta: Graha Ilmu.
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2017). *Permintaan Karton Kemasan Naik, Ekspor Kertas Tumbuh 9,76%*. Diakses dari: http://bbpk.go.id/berita_tampil.php?id=csEhz83-sdQ9zV0Ns7Zl_v-GOv-m8JwtEKws7ZQHdrM
- Khanolkar, S. D. (2014). *Influence of Employer Branding on Satisfaction and Commitment of Generation Y Employees*. IOSR Journal of Business and Management. E-ISSN: 2278-487X, p-ISSN: 2319-7668, pp. 13-18
- Kriyantono, R. (2008). *Teknik praktis riset komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kumadi & Manfaat, B. (2014). *Pengantar Metode Statistika*. Cirebon: Eduvision Publishing.
- Kumar, M. D & Govindarajo, N. S. (2014). *Instrument Development Intention to Stay Instrument (ISI)*. Asian Social Science, 10 (12), 149-157.
- Kusuma, T.C, & Prasetya, A. (2017). *Penerapan strategi employer branding dan employee value proposition untuk menciptakan employee engagement*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 50, h.143-151.
- Lievens, F. H & Anseel, Frederik. (2008). *Organizational Identity and Employer Image*. British Journal of Management.
- Long, Choi Sang, Ajagbe, M. A., Nor, K. M Suleiman, E. S. (2012). *The Approaches to Increase Employees Loyalty: A Review on Employees*.
- Macdonald, Scott and MacIntyre, Peter. (1997). *The Generic Job Satisfaction Scale: Scale Development and Its Correlates*. Employee Assistance Quarterly, Vol. 13 (2).
- Mangkuprawira, Sjafr. (2009). *Manajemen Mutu Sumber Daya Manusia Strategik*. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Mendis, M. V & Wanigasekera, M. (2013). *Impact of Employer Branding on Job Satisfaction: With Special Reference to Insurance Company*. Department of Human Resource Management, University of Kelaniya, Sri Lanka. Volume 8 Number 2.

- Munandar, A. S. (2008). *Psikologi Industri dan Organisasi*. Jakarta: Universitas Indonesia (UI-Press).
- Murti dan Srimulyani. (2013). *Pengaruh Motivasi Terhadap Kinerja Pegawai dengan variabel mediasi kepuasan Kerja pada PDAM kota Madiun*. Jurnal riset manajemen dan Akutansi. Volume. 1 No 1.
- O'Connor, J. (2018). *The Impact of Job Satisfaction on the Turnover Intent of Executive Level Central Office Administrators in Texas Public School Districts: A Quantitative Study of Work Related Constructs*. Education Science, Vol.8.
- Pangarso, Astadi., & Susanti, Putri Intan. (2016). *Pengaruh Disiplin Kerja terhadap Kinerja Pegawai di Biro Pelayanan Sosial Dasar Sekretariat Daerah Provinsi Jawa Barat*. Jurnal Manajemen Teori dan Terapan. Tahun 9. No. 2, Agustus 2016.
- Parvin, M. M. (2011). *Factors Affecting Employee Job Satisfaction of Pharmaceutical Sector*. Australian Journal of Business and Management Research Vol. 1, No. 9 (113-123).
- Prahadi, Y.Y. (2016). *Tantangan HR Masa Kini, Apa Saja?* (Majalah SWA). Diakses dari: <https://swa.co.id/swa/trends/business-research/tantangan-hr-masa-kini-apa-saja>
- Prestawan, Anang. (2010). *Hubungan Antara Kepuasan Kerja Dan Disiplin Kerja Dengan Produktivitas Kerja Karyawan Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera Surakarta*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Rathee, V. & Ritu. (2015). *Impact of Employer Branding on Employee's Attitude*. IMJ, Volume 7 Issue 2.
- Reis G. G. & Braga, M. B. (2016). *Employer Attractiveness From A Generational Perspective: Implications For Employer Branding*. R.Ad., Sao Paulo, v51, n.1, p. 103-116.
- Robbins, Stephen p & Judge, Timothy A. (2013). *Organizational Behavior Edition 15*. New Jersey: Pearson Education.
- Roen, Ferry. (2012). *Teori dan Perilaku Organisasi*. Diakses dari: <http://perilakuorganisasi.com/teori-dua-faktor.html>
- Sani, Achmad & Vivin Maharani. (2013). *Metodologi Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia : Teori, Kuesioner, dan Analisis Data*. Malang: Uin Press.

- Schlager, A., Bodderas, M., Maas, P. (2011). *The Influence of Employer Brand on Employee Attitudes Relevant for Service Branding: an Empirical Investigation*. Journal of Service Marketing, 25 (7), 497-508.
- Sekaran, U & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A skill Building Approach*. New York: John wiley & Sons Ltd.
- Shanker, Meera. (2014). *A Study On Organizational Climate In Relation To Employees Intention To Stay*. Journal Of Psychosocial Research, Vol. 9 No. 2, 2014, 389-397.
- Singh, Ajay Kumar & Jain, Sonal. (2013). *Employer Branding: A Tool For Motivating And Retaining Employees*. Indian Journal of Current Trends in Management Sciences, April, Vol. VI. No. 1, pp. 1-14.
- Srimulyani, V. A. (2009). *Tipologi dan Antesenden Komitmen Organisasi, Unpublished Manuscript*. Universitas Widya Mandala, Madiun.
- Sumarni, Murti dan John Soeprihanto. (2010). *Pengantar Bisnis (Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan) Edisi ke 5*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta
- Sugiyono. (2011) *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R & D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Suikkanen, E. (2010). *How Does Employer Branding Increase Employee Retention?*. Retrieved April 2015.
- Sukmadinata, N.S. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sutrisno, Edy. (2014). *Manajemen Sumber Daya Manusia, Cetakan ke-6*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Tanwar, Karnica. (2016). *The Effect of Employer Brand Dimensions on Job Satisfaction: Gender as a moderator*. Management Decision, Vol. 54 Iss 4.
- Taylor, S. J. (2009). *The Employee Retention Handbook*. London: Chartered institute of personeland Development, CIPD House.
- Urbanhire. (2017). *Cara HR Membangun “Employer Branding” untuk Menarik dan Mempertahankan Kandidat Terbaik*. Diakses dari: <https://resources.urbanhire.com/cara-hr-membangun-employer-branding-untuk-menarik-dan-mempertahankan-kandidat-terbaik/>
- Website resmi APP Sinarmas. (2018). Diakses dari: <https://asiapulppaper.com/sustainability/socialresponsibility/employeeewelfar>
- Wibowo. (2010). *Budaya Organisasi*. PT. Rajagrafindo Persada, Jakarta
- Wijono, Sutarto. (2010). *Psikologi industri dan organisasi*. Kencana: Jakarta



Kepada:

Yth. Bapak/ Ibu Responden

Di tempat

Dengan hormat

Saya Alfonsus Raditya, mahasiswa program studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Dalam rangka penyusunan tesis tentang “Pengaruh *Employer Branding* Terhadap Keinginan Untuk Tinggal Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Pemediasi Pada PT Purinusa Eka Persada Semarang”, saya mengharapkan bantuan Bapak/ Ibu untuk meluangkan waktu agar dapat mengisi kuesioner ini dengan jujur sesuai dengan pendapat anda.

Bapak/Ibu dipilih sebagai calon responden karena penelitian ini sangat memerlukan informasi dari Bapak/Ibu sebagai karyawan perusahaan. Setiap jawaban Bapak/Ibu merupakan bantuan yang sangat berharga bagi saya dalam menyelesaikan tesis ini sebagai tugas akhir. Data anda dan seluruh informasi yang diberikan akan dijamin kerahasiaannya, oleh sebab itu dimohon untuk mengisi kuesioner dengan sebenarnya dan se-objektif mungkin. Data ini akan dianalisis secara umum, bukan individual.

Atas bantuan dan kerjasama Bapak/Ibu dalam mengisi kuesioner ini saya mengucapkan terima kasih.

Mengetahui

Hormat Saya,

(Dudung Kusnadi)

(Alfonsus Raditya)

HRD PT. Purinusa Eka Persada Semarang

Peneliti

BAGIAN PERTAMA**Petunjuk:**

Anda dipersilahkan untuk mengisi identitas diri Anda. Sebagai karyawan di PT Purinusa Eka Persada Semarang dengan memberikan tanda centang (✓) pada salah alternatif jawaban yang telah disediakan. Informasi yang Anda berikan hanya akan digunakan untuk tujuan penelitian semata dan terjaga kerahasiaanya.

1. Jenis kelamin:☐

Pria

☐

Wanita

2. Status karyawan:☐

Tetap

☐

Tidak Tetap

3. Masa kerja di PT Purinusa Ekapersada:☐

< 3 Tahun

☐

6 - < 9 tahun

☐

3 - < 6 Tahun

☐

> / = 9 Tahun

4. Berapa usia anda saat ini:☐

< 25 Tahun

☐

30 – < 35 tahun

☐

25 – < 30 tahun

☐

> / = 35 tahun

BAGIAN KEDUA

Petunjuk:

Pada bagian ini anda diminta untuk memberikan tanggapan pada pernyataan yang ada. Berilah tanggapan dengan memberikan tanda centang (✓) pada **salah satu jawaban** yang tersedia disebelah kanan setiap pernyataan. Jawaban yang tersedia adalah angka 1- 5 dengan ketentuan sebagai berikut:

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Netral (N)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

No	Pernyataan (Nilai Ekonomi)	STS	TS	N	S	SS
1	Saya percaya bahwa paket kompensasi yang ditawarkan oleh perusahaan menarik bagi saya.	1	2	3	4	5
2	Saya suka bekerja di tempat dimana imbalan yang diberikan adil dan tepat waktu.	1	2	3	4	5
3	Saya terus mengamati penilaian terhadap kinerja saya secara berkala yang dievaluasi oleh perusahaan.	1	2	3	4	5
4	Tunjangan pensiun mempengaruhi kinerja dan motivasi saya di tempat kerja.	1	2	3	4	5
5	Saya lebih suka pekerjaan yang aman.	1	2	3	4	5

No	Pernyataan (Nilai Sosial)	STS	TS	N	S	SS
1	Saya percaya bahwa penghormatan dan penghargaan dalam perusahaan diberlakukan secara adil.	1	2	3	4	5
2	Saya senang bekerja dengan perusahaan yang memiliki status sosial yang tinggi.	1	2	3	4	5
3	Pertemuan sosial rutin yang diselenggarakan oleh perusahaan membuat saya senang	1	2	3	4	5
4	Kemudahan kerja dan bantuan yang tepat waktu saat saya menghadapi masalah, mampu memotivasi saya.	1	2	3	4	5
5	Ketersediaan fasilitas dan lingkungan yang ramah membuat saya puas.	1	2	3	4	5

No	Pernyataan (Nilai Pengembangan)	STS	TS	N	S	SS
1	Pengembangan dan pelatihan teratur memberikan saya pengalaman langsung terhadap karir saya.	1	2	3	4	5
2	Praktik kerja sumber daya manusia yang baru dapat meningkatkan kinerja saya.	1	2	3	4	5
3	Saya menikmati kekuasaan dan tanggung jawab yang besar di tempat kerja.	1	2	3	4	5
4	Perusahaan harus memberikan peluang yang sama untuk perkembangan karyawan.	1	2	3	4	5

5	Reputasi perusahaan harus berfungsi sebagai batu loncatan pekerjaan saya di masa depan.	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---	---

No	Pernyataan (Nilai Reputasi)	STS	TS	N	S	SS
1	Saya percaya bahwa perusahaan merepresentasikan dirinya pada calon karyawan	1	2	3	4	5
2	Saya merasa bangga ketika teman maupun kerabat saya memuji saya karena bekerja di perusahaan saat ini.	1	2	3	4	5
3	Citra perusahaan saat ini akan memberikan keunggulan bagi pekerjaan saya di masa depan.	1	2	3	4	5
4	Bagaimana perasaan seseorang menilai tentang reputasi perusahaan, mampu memotivasi/ tidak memotivasi menjadi lebih/ kurang produktif.	1	2	3	4	5
5	Apa yang saya rasakan mengenai citra perusahaan dapat mempengaruhi keputusan saya untuk bekerja lebih lama pada perusahaan.	1	2	3	4	5

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya mendapatkan apresiasi untuk penghargaan yang saya lakukan dengan baik.	1	2	3	4	5
2	Saya merasa dekat dengan orang-orang di tempat kerja.	1	2	3	4	5

3.	Saya merasa senang bekerja di perusahaan ini.	1	2	3	4	5
4	Saya merasa aman pada pekerjaan saya.	1	2	3	4	5
5	Saya percaya manajemen peduli pada saya.	1	2	3	4	5
6	Secara keseluruhan, saya percaya bahwa pekerjaan saya baik untuk kesehatan fisik saya.	1	2	3	4	5
7	Gaji yang saya terima mencukupi.	1	2	3	4	5
8	Bakat dan keterampilan saya berguna dalam pekerjaan saya.	1	2	3	4	5
9	Saya akrab dengan atasan saya.	1	2	3	4	5
10	Saya merasa senang dengan pekerjaan saya.	1	2	3	4	5

KEINGINAN UNTUK TINGGAL

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya berencana untuk meninggalkan perusahaan ini sesegera mungkin.	1	2	3	4	5
2	Dalam keadaan apa pun saya tidak akan secara sukarela meninggalkan perusahaan ini sebelum saya pensiun.	1	2	3	4	5
3	Saya enggan untuk meninggalkan perusahaan ini.	1	2	3	4	5
4	Saya berencana untuk tinggal di perusahaan ini selama mungkin.	1	2	3	4	5



Descriptive Statistics *Employer Branding*

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
EB - 1	108	2	5	3.51	.690
EB - 2	108	1	5	4.03	.779
EB - 3	108	2	5	3.76	.747
EB - 4	108	2	5	3.87	.876
EB - 5	108	2	5	3.87	.844
EB - 6	108	1	5	3.38	.983
EB - 7	108	2	5	3.87	.786
EB - 8	108	1	5	3.54	.825
EB - 9	108	2	5	3.89	.801
EB - 10	108	2	5	3.94	.777
EB - 11	108	2	5	3.87	.833
EB - 12	108	2	5	3.81	.755
EB - 13	108	1	5	3.44	.824
EB - 14	108	2	5	4.10	.785
EB - 15	108	2	5	3.69	.779
EB - 16	108	2	5	3.46	.766
EB - 17	108	1	5	3.45	.802
EB - 18	108	1	5	3.75	.738
EB - 19	108	2	5	3.46	.689
EB - 20	108	2	5	3.62	.693
Valid N (listwise)	108				

Descriptive Statistics *Kepuasan Kerja*

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KK - 1	108	2	5	3.47	.837
KK - 2	108	2	5	3.79	.786
KK - 3	108	2	5	3.80	.770
KK - 4	108	1	5	3.48	.791
KK - 5	108	1	5	3.51	.962
KK - 6	108	2	5	3.51	.815
KK - 7	108	1	5	3.08	.908
KK - 8	108	2	5	3.70	.727
KK - 9	108	2	5	3.69	.848
KK - 10	108	2	5	3.85	.747
Valid N (listwise)	108				

Descriptive Statistics Keinginan untuk Tinggal

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KUT - 1	108	1	5	3.74	.836
KUT - 2	108	1	5	3.32	1.022
KUT - 3	108	1	5	3.22	.890
KUT - 4	108	1	5	3.19	.888
Valid N (listwise)	108				

Total Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
<i>Employer Branding</i>	3.7157	.38902	108
Kepuasan Kerja	3.5889	.48324	108
Keinginan untuk Tinggal	3.3681	.73898	108



Correlations				
		<i>Employer Branding</i>	Kepuasan Kerja	Keinginan untuk Bertahan
<i>Employer Branding</i>	Pearson	1	.573	.403
	Correlation			
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	108	108	108
Kepuasan Kerja	Pearson	.573	1	.554
	Correlation			
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	108	108	108
Keinginan untuk Bertahan	Pearson	.403	.554	1
	Correlation			
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	108	108	108

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



EB15	Pearson Correlation	,101	,168	,161	,311**	,124	,019	,392**	,127	,260**	,276**	,371**	,343**	,170	,235*	1	,098	,254**	,435**	,283**	,199*	,534**
	Sig. (2-tailed)	,299	,082	,095	,001	,201	,848	,000	,191	,007	,004	,000	,000	,079	,014		,312	,008	,000	,003	,039	,000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108
EB16	Pearson Correlation	,310**	,103	,099	-,021	,137	,335**	,147	,106	,130	,129	,197*	,125	,159	,030	,098	1	,233*	,207*	,086	,369**	,400**
	Sig. (2-tailed)	,001	,286	,310	,828	,157	,000	,129	,277	,179	,182	,041	,198	,099	,761	,312		,015	,032	,377	,000	,000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108
EB17	Pearson Correlation	,170	,204*	,153	,204*	,157	,242*	,168	,193*	,239*	,243*	,271**	,286**	,244*	,134	,254**	,233*	1	,415**	,141	,229*	,527**
	Sig. (2-tailed)	,079	,034	,114	,034	,105	,012	,082	,045	,013	,011	,005	,003	,011	,167	,008	,015		,000	,147	,017	,000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108
EB18	Pearson Correlation	-,023	,045	,246*	,137	,083	-,048	,169	,084	,269**	,183	,479**	,264**	,307**	,206*	,435**	,207*	,415**	1	,340**	,343**	,509**
	Sig. (2-tailed)	,814	,646	,010	,156	,396	,620	,080	,385	,005	,057	,000	,006	,001	,033	,000	,032	,000		,000	,000	,000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108
EB19	Pearson Correlation	,148	,063	,091	,100	,072	,083	,163	,167	,077	,179	,040	,157	,095	,119	,283**	,086	,141	,340**	1	,215*	,351**
	Sig. (2-tailed)	,126	,518	,347	,302	,459	,393	,091	,085	,428	,064	,678	,105	,328	,219	,003	,377	,147	,000		,026	,000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108
EB20	Pearson Correlation	,173	,279**	,038	,134	,235*	,268**	,372**	,196*	,378**	,405**	,432**	,179	,298**	,312**	,199*	,369**	,229*	,343**	,215*	1	,606**
	Sig. (2-tailed)	,073	,003	,693	,168	,015	,005	,000	,042	,000	,000	,000	,064	,002	,001	,039	,000	,017	,000	,026		,000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108
EB	Pearson Correlation	,447**	,440**	,421**	,478**	,409**	,430**	,561**	,461**	,589**	,580**	,657**	,541**	,495**	,431**	,534**	,400**	,527**	,509**	,351**	,606**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistic

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
-------------------------	-------------------

0,835

20

KK8	Pearson Correlation	.232 [*]	.199 [*]	.275 ^{***}	.185	.164	.210 [*]	.137	1	.261 ^{***}	.401 ^{***}	.499 ^{***}
	Sig. (2-tailed)	.016	.039	.004	.055	.089	.029	.158		.006	.000	.000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108
KK9	Pearson Correlation	.166	.112	.319 ^{***}	.249 ^{***}	.387 ^{***}	.309 ^{***}	.398 ^{***}	.261 ^{***}	1	.386 ^{***}	.617 ^{***}
	Sig. (2-tailed)	.086	.249	.001	.009	.000	.001	.000	.006		.000	.000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108
KK10	Pearson Correlation	.278 ^{***}	.232 [*]	.256 ^{***}	.249 ^{***}	.184	.356 ^{***}	.184	.401 ^{***}	.386 ^{***}	1	.581 ^{***}
	Sig. (2-tailed)	.004	.015	.008	.010	.056	.000	.057	.000	.000		.000
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108
KK	Pearson Correlation	.619 ^{***}	.378 ^{***}	.679 ^{***}	.628 ^{***}	.696 ^{***}	.610 ^{***}	.564 ^{***}	.499 ^{***}	.617 ^{***}	.581 ^{***}	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108

***. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistic

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
0,790	10

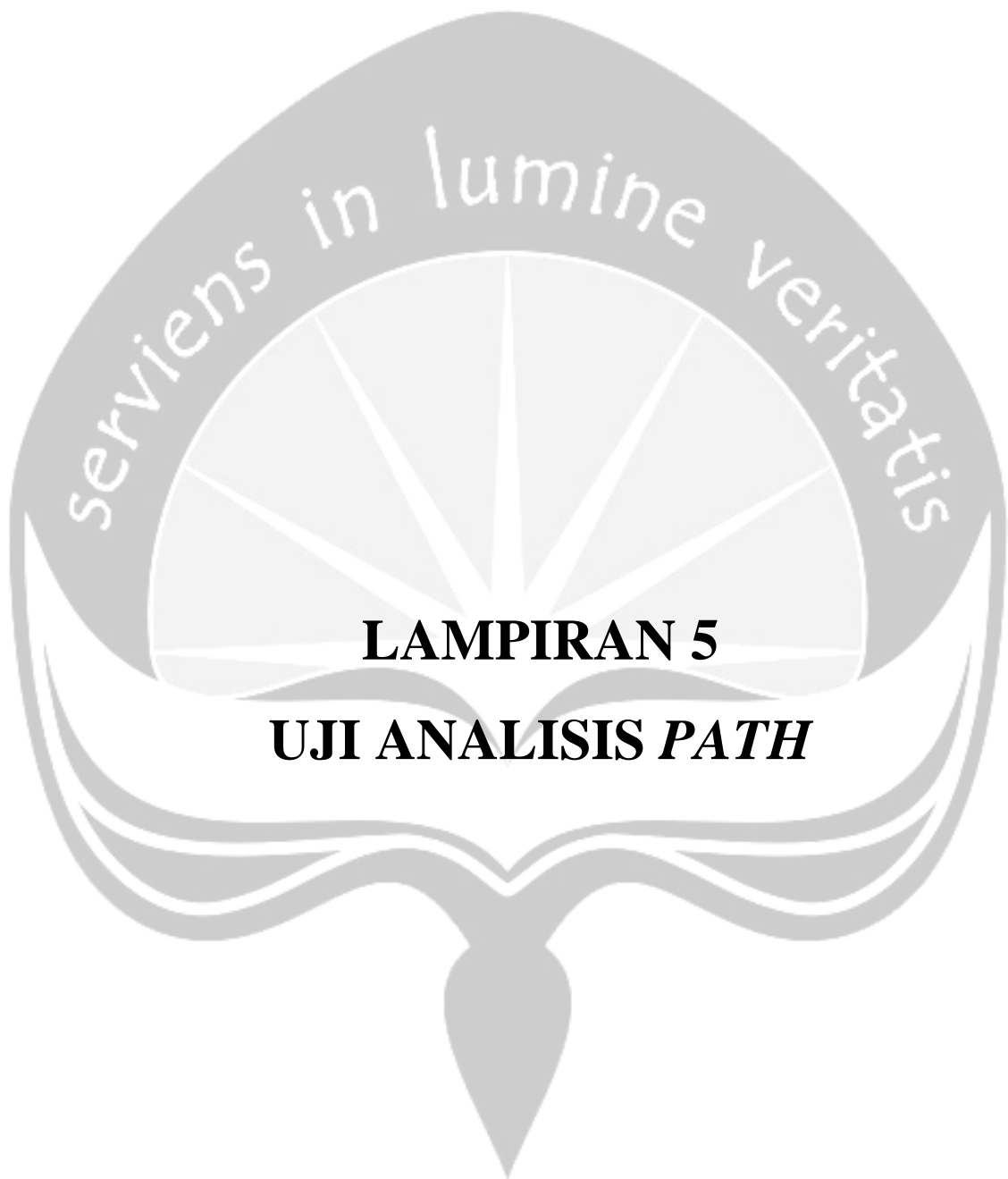
C. Uji Validitas dan Reabilitas Variabel Keinginan untuk Tinggal

		KUT1	KUT2	KUT3	KUT4	KUT
KUT1	Pearson Correlation	1	.395 ^{**}	.493 ^{**}	.456 ^{**}	.704 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	108	108	108	108	108
KUT2	Pearson Correlation	.395 ^{**}	1	.661 ^{**}	.552 ^{**}	.822 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	108	108	108	108	108
KUT3	Pearson Correlation	.493 ^{**}	.661 ^{**}	1	.717 ^{**}	.884 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	108	108	108	108	108
KUT4	Pearson Correlation	.456 ^{**}	.552 ^{**}	.717 ^{**}	1	.836 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	108	108	108	108	108
KUT	Pearson Correlation	.704 ^{**}	.822 ^{**}	.884 ^{**}	.836 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	108	108	108	108	108

^{**}. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistic

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
0,827	4



ANALISIS PATH TAHAP 1

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.403 ^a	.162	.154	.67960

a. Predictors: (Constant), *Employer Branding*

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9.475	1	9.475	20.515	.000 ^b
	Residual	48.957	106	.462		
	Total	58.432	107			

a. Dependent Variable: Keinginan untuk Tinggal

b. Predictors: (Constant), *Employer Branding*

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.526	.631		.833	.407
	<i>Employer</i>	.765	.169	.403	4.52	.000
	<i>Branding</i>				9	

a. Dependent Variable: Keinginan untuk Tinggal

ANALISIS PATH TAHAP 2

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.573 ^a	.328	.322	.39786

a. Predictors: (Constant), *Employer Branding*

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8.208	1	8.208	51.855	.000 ^b
	Residual	16.779	106	.158		
	Total	24.987	107			

a. Dependent Variable: Kepuasan Kerja

b. Predictors: (Constant), *Employer Branding*

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.943	.369		2.554	.012
	<i>Employer Branding</i>	.712	.099	.573	7.201	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Kerja

ANALISIS TAHAP 3

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.564 ^a	.318	.305	.61621

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Kerja, *Employer Branding*

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	18.562	2	9.281	24.442	.000 ^b
	Residual	39.870	105	.380		
	Total	58.432	107			

a. Dependent Variable: Keinginan untuk Tinggal

b. Predictors: (Constant), Kepuasan Kerja, *Employer Branding*

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.169	.589		-.286	.775
	<i>Employer Branding</i>	.241	.187	.127	1.290	.200
	Kepuasan Kerja	.736	.150	.481	4.892	.000

a. Dependent Variable: Keinginan untuk Tinggal